

# PR audit organizace

## struktura

### 1. Identifikace organizace

poslání organizace  
principy práce  
cíle (vize)

#### Základní kritéria PR auditu:

- srozumitelnost sdělení pro veřejnost,
- informační hodnota sdělení,
- jak sdělení podporuje obraz jedinečnosti organizace,
- zda je sdělení dostatečně zveřejňováno a známo.

### 2. Institucionální kultura

Zásady jednání

- a) s klienty a zaměstnanci, externími spolupracovníky, dobrovolníky
- b) s vnější veřejností (se spolupracujícími organizacemi a partnery, s konkurenčními organizacemi, s předpokládanými příznivci, s předpokládanými odpůrci)

#### Základní kritéria PR auditu:

- jsou tato pravidla vymezena,
- jsou konkrétní a srozumitelná pro nás a naše partnery,
- jsou vymezena pravidla interní (neveřejná) a veřejná,
- jsou pravidla, která organizace chápe jako „veřejný závazek“, dostatečně zveřejňovaná a známá?

### 3. Institucionální design (vizuální styl)

#### Základní kritéria PR auditu

- Existují základní prvky institucionálního designu?
- Je vizuální styl organizace jednotný?
- Podporují prvky designu jedinečnost organizace, její profil, image?
- Jsou programově, dlouhodobě a všestranně užívány?

### 4. Institucionální komunikace

#### 4.1 vymezení cílových skupin pro dlouhodobou komunikaci

#### Základní kritéria PR auditu:

- konkrétnost vymezení cílových skupin,
- odůvodněnost cílových skupin z hlediska činnosti organizace,
- plnost pokrytí potenciálních cílových skupin,
- stanovení prioritních cílových skupin.

Jak je u jednotlivých skupin stanoven:

- cíl (očekávaný efekt) komunikace,
- obsah komunikace,
- prostředky komunikace,
- časový plán komunikace

## **4.2 revize komunikačních nástrojů**

### **Základní kritéria PR auditu:**

Využíváme všechny vhodné komunikační nástroje?

- Osobní rozhovory,
- klasická pošta,
- e- mailová korespondence,
- direct –mail,
- komunikace prostřednictvím médií,
- special events,
- propagace ad?

Jsou tyto komunikační nástroje vhodně užívány s ohledem na jednotlivé cílové skupiny?

## **4.3. revize obsahu a formy sdělení jednotlivým cílovým skupinám**

- Revize dokumentů a materiálů z hlediska
- jejich srozumitelnosti,
- informační hodnoty,
- zajímavosti pro cílové skupiny,
- vizuální jednoty,
- stanovení stabilních prvků komunikace,
- zásad vyvážené symetrické komunikace.

### **1.4.4 revize integrované komunikace**

- koordinování všech sdělení (obsahové a organizační)
- efektivní využití komunikačních nástrojů
- komunikace se všemi relevantními cílovými skupinami

## **5. image organizace**

- Máme sami jasno o tom, jak chceme být (jako organizace) vnímáni?
- Víme, jak nás vnímá veřejnost?
- Existuje mezi těmito aspekty soulad?
- Neexistuje? Co uděláme proto, aby tento soulad nastal?

## Poslání organizace

- Poslání je - spolu s vymezením cílů a principů práce organizace (event. principu poskytování služeb) - základní sdělení, kterým se organizace představuje veřejnosti.
- Poslání definuje smysl existence instituce. Odpovídá na otázku: Proč jsme tady?
- Organizace musí poslání definovat na základě reality. To, co o sobě organizace sděluje, musí být pravda, musí to být ověřitelné (na rozdíl od image).
- Organizace se posláním musí představit tak, aby byla jednoznačně rozpoznatelná od jiných subjektů.

### Jakých chyb se dopouštíte při definování poslání?

- Poslání neodpovídá na otázku proč jsme tady. Odpověď nahrazuje výčtem činností (abychom vydávali publikace, provozovali chráněné dílny, provozovali knihovni služby – to je všechno jen prostředek, kterým se poslání naplňuje).
- Poslání je natolik neobratně stylizováno, že mu po čase nerozumí ani jeho autoři.
- Poslání je formulováno natolik odborně, že mu rozumí jen skupina expertů. To je v pořádku pouze tehdy, komunikujeme-li výlučně pouze s touto jednou cílovou skupinou.
- Poslání je příliš obecné. Náš partner si pod tím neumí představit nic konkrétního. (Naším posláním je rozvoj občanské společnosti.)
- Poslání je příliš konkrétní. Neriskujte, že se zahájením prací na novém projektu budete nuceni nově formulovat poslání.
- Poslání není důvěryhodné. Formulujte poslání tak, aby bylo zřejmé, že vaše organizace je schopna – s ohledem na lidské zdroje, objem finančních prostředků, vybavení kanceláře atd. - jej naplnit.
- Poslání je nespécifické. Vaše poslání může používat řada jiných organizací. (Naším posláním je poskytovat služby handicapovaným.)
- Každá organizace má pouze jedno poslání. Ve vašich materiálech se nemohou objevovat různé definice poslání.

Nezapomeňte, že definice poslání a cílů organizace, vymezení principů poskytování služeb a způsob jejich zveřejnění těchto údajů, je 1. standardem poskytování sociálních služeb. Je pravděpodobné, že tyto zásady budou i 1. standardem poskytování veřejných služeb.

## Deklarace principů novinářského vystupování

Druhý světový kongres Mezinárodní federace novinářů (Bordeaux, Francie, 25.4. - 28.4. 1954) přijal následující deklaráci, kterou upravil 18. světový kongres IFJ (Helsingor, Dánsko 2.6. - 6.6. 1986).

Tato mezinárodní deklaráce byla vyhlášena jako norma profesionálního vystupování novinářů, zabývajících se shromažďováním, rozšiřováním a komentováním zpráv a informací a popisováním událostí.

1. Respektování pravdivosti a práva veřejnosti na pravdivé informace je prvořadou povinností novináře.
2. V návaznosti na tuto povinnost mají novináři vždy bránit principy svobody čestného získávání a pravdivého publikování zpráv a práva objektivního komentáře a kritiky.
3. Novinář má psát výlučně v souladu s fakty, kterých původ zná. Novinář nesmí utajovat důležité informace či falšovat dokumenty.
4. Na získávání zpráv, fotografických materiálů a jiných dokumentů použije novinář výlučně čestné prostředky.
5. Novinář musí vynaložit maximální úsilí na opravu každé publikované informace, která svojí nepřesností může někoho poškodit.
6. Novinář zachovává profesionální tajemství o zdroji důvěrných informací.
7. Novinář si musí uvědomovat nebezpečí diskriminace, kterou mohou média prosazovat a musí vyvinout maximální úsilí, aby zabránil diskriminaci založené kromě jiného na rasové nenávisti, pohlaví, sexuální orientaci, jazyku, náboženství, politických či jiných názorech a národním či sociálním původu.
8. Novinář má za nejzávažnější profesionální přečiny považovat:
  - plagiátorství
  - záměrné zkreslování
  - osočování, pomlouvání, urážky a nepodložená obvinění
  - přijetí jakékoliv formy úplatku, ať už v souvislosti s publikováním, nebo úpravou informace
9. Novináři hodní tohoto pojmenování musí považovat za svoji povinnost důsledně se řídit výše uvedenými povinnostmi. V rámci všeobecného práva každé země novinář v profesionálních otázkách uznává právní nárok svých kolegů s výjimkou jakéhokoliv zásahu ze strany vlády či kohokoliv jiného.

## Neverbální komunikace

<b>Oční kontakt</b>	vzájemné pohledy, boční pohledy, druh a způsob pohledu
<b>Mimika</b>	pohyby mimických svalů ve tváři, pohyby očí, úst
<b>Kinetika</b>	celkové pohyby těla, chůze, běh a pod.
<b>Gestika</b>	pohyby rukou
<b>Haptika</b>	dotyky, poplácávání, podání ruky, vše, co souvisí s dotykem
<b>Proxemika</b>	míra vzdálenosti od jiných, intimní prostor
<b>Teritorialita</b>	souvisí s proxemikou, obsazení prostoru
<b>Posturika</b>	polohy těla, rukou, nohou
<b>Paralingvistika</b>	zabarvení hlasu, rychlost a plynulost řeči, síla a tón hlasu
<b>Produkce</b>	úprava oblečení, účesu, make up, písmo, výtvary, individuální charakteristiky

**Co vnímat? soulad verbální a neverbální komunikace - měly by být v rovnováze, pozor však na dvojitou vazbu - nesoulad (mluvím o nenávisti, ale při tom se usmívám). Pokud takovýto nesoulad nastane, platí to, co signalizuje gesto!**

## Pár tipů k veřejnému vystupování

Oblékněte se klasicky. Pánové oblek, dámy kostým nebo šaty a sako. Můžete si, samozřejmě, vzít i něco jiného, jestliže si jste jisti, že vaše oblečení odpovídá situaci. **Osobní jistota je základem úspěšného vystoupení.**

**V průběhu vystoupení se přece musíte soustředit na jiné věci, než na úvahy o tom, zda jste vhodně oblečení.**

Vlasy si upravte tak, aby vydržely po celou dobu prezentace a nemuseli jste přemýšlet, zda je vše v pořádku.

**90% úspěchu tkví v přípravě.** Napište si v bodech na 1 papír velikosti A4, časový a tematický harmonogram vystoupení, základní informace, jména a důležité body, na které nesmíte při vystoupení zapomenout. Informaci o časovém harmonogramu, postupu a cílech uveďte na začátku vystoupení. V průběhu vystoupení si na papíru kontrolujte, zda potupujete tak, jak jste chtěli.

Prvních pár vět se naučte z paměti.

### Řeč těla:

- Vaše gesta, chování a hlas musí být stejně přesvědčivé jako slova, která použijete. Vyhněte se obranným postojům, jako jsou „objímání“ sama sebe a křížení rukou před tělem, což pouze vyjadřuje vaši sebeobranu a znepokojení nad tím, co říkáte.
- Ponechte své tělo otevřené. Jestli chcete něco podotknout, nechte jednu ruku volně viset podél těla, nebo rukama přirozeně pohybujte s dlaněmi obrácenými vzhůru.
- Jestliže máte problém, co s rukama, vezměte si do jedné desky s papírem s poznámkami (šikovné jsou desky A4, které mají nahoře klipsu na přidělení papíru) a druhou můžete buď vhodně gestikulovat nebo desky přidržovat z druhé strany. Vypadá to rozhodně lépe, než když „žmouláte“ v ruce propisovačku.
- Vyvarujte se napomínacích pohybů, to znamená ukazování prstem, poklepávání na stůl, zakládání rukou a vztyčeného ukazováčku.
- „Neschovávejte“ se za pultík, u kterého vystupujete.
- Abyste si udrželi pozornost, vhodně se pohybujte.

### Oční kontakt:

Každému v místnosti pohlédněte zvlášť do očí, pravidelně a rozvážně, jako byste mluvili ke každému osobně. Nevyhýbejte se pohledem ani těm, kdo by mohli vaše vystoupení rušit. Ukážete-li sebedůvěru, můžete odvrátit hrozící nepříjemnosti.

### Příprava veřejného vystoupení:

1. Výběr tématu a stanovení cíle
2. Analýza publika
3. Zpracování tématu, průzkum a získání informací
4. Formulace teze a identifikace hlavních tvrzení
5. Podpora hlavních tvrzení
6. Uspořádání materiálů projevu
7. Výběr vhodného jazyka a slov
8. Závěr a úvod
9. Stojí za to, vše si předem vyzkoušet

### **Vlastní veřejné vystoupení – aneb prezentace musí mít svůj logický systém:**

1. Pozdravte – Oslovte publikum – Představte se
2. Upoutejte pozornost – ideální je „úvodní bomba“ – vymyslet neurážlivou a zajímavou „bombu“ na začátek, která posluchače upoutá, není vůbec jednoduché.
3. Řekněte cíl prezentace, kroky - jak budete postupovat, co může prezentace přinést účastníkům (ideální je, když máte vše připraveno nejen na poznámkovém papíru, ale také tak, aby to mohli všichni účastníci vidět - například na flipchart).
4. Snažte se účastníky co nejvíce zapojovat, a to nejenom kladením řečnických otázek.
5. Krok za krokem postupujte za zvoleným cílem, nenechte se odlákat někam jinam.
6. Rekapitulujte jednotlivé body.
7. Na závěr zrekapitulujte zvláště to, co chcete, aby si účastníci zapamatovali .
8. Zároveň je motivujte k nějaké akci – například ke konkrétní pomoci vaší neziskové organizaci.
9. Když se Vám podaří ještě nějaká zábavná „bombička“ na závěr, nemá to chybu. Pomůže spojit zábavný konec s vážnou částí prezentace a ještě hlouběji ji vsunout do paměti účastníka.

## **Image v kostce - oblečení**

(vybráno z materiálů určených pro podnikatele, ale nad některými náměty se může zamyslet i představitel neziskové organizace)

### **Páni**

Chcete-li být brán vážně, měl byste mít tmavomodrý nebo tmavošedý **oblek**. Černá barva se hodí spíše pro slavnostní příležitosti. Vhodné jsou i tmavší barevné odstíny; tmavě zelená, tmavě fialová a podobně. Světlé barvy mohou působit provinčně.

**Kravata** vyjadřuje Vaši osobnost. Nebojte se vzorů na kravatě. Jednobarevné kravaty v jednobarevných oblecích jsou sice bez rizika, ale naznačují nedostatek fantazie až pedantství. Nejjistější jsou klasické jemné kravatové vzory. Kravaty s Mickey Mousem si schovejte na silvestrovskou noc. Kvalitní hedvábí se pozná, nenechte se zlákat často hezkými nekvalitními kravatami ze syntetických materiálů.

Výběr **košile** podříďte obleku a jeho charakteru. Pokud jde o kvalitu, vyhovte pohodlí i módním požadavkům: přírodní materiál – bavlna se sice hůře žehlí, ale je mnohem příjemnější a elegantnější než syntetické materiály. U košil se nebojte jemné barevné škály. Již dlouho neplatí, že kromě bílé je přípustná pouze světle modrá. Čím světlejší barevný odstín, tím lépe, ale nic proti módním tmavým odstínům. Košile s krátkými rukávy se do obleku nehodí ani v létě.

**Manžeta** vyčnívající z rukávu saka je důležitou ozdobou Vašeho oblečení. Dodržte však rozumnou míru – koukat by měl asi 1 cm manžety. Košile s francouzskými manžetami a manžetovými knoflíky (onyxové, stříbrné, zlaté) nenápadně naznačují vybranou eleganci, vyšší postavení nebo slavnostnější příležitost. Pro běžnou pracovní prezentaci však radě volte jednoduché manžety s perleťovými knoflíky než levé a nekvalitní manžetové knoflíky (např. kovem potažené z umělé hmoty).

**Hedvábný kapesní šátek** není u nás příliš běžný. Může však vkusně zdobit Váš oblek, dodávat mu zajímavosti. Není pravda, že šátek by nutně musel být stejný jako kravata. Stejný vzor na kapesním šátku jako na kravatě nepůsobí pěkně. Vhodné je, aby šátek měl některou z dominantních barev kravaty.

**Pásek** na kalhotách může být pěknou ozdobou, ale přímo nutností, máte-li na kalhotách poutka. Použijte pásek z kvalitní kůže a s decentní přezkou.

**Ponožky** jsou jen zdánlivě málo viditelnou součástí oblečení. I v tomto případě volte přírodní materiály: bavlnu, vlnu (směsi z hedvábí). Ponožky z umělých vláken jsou nepříjemné pro jejich nositele, ale často i pro jejich okolí. Kupujte si raději delší ponožky, aby v případě, že si dáte nohu přes nohu, nebyla příliš obnažená chlupatá holeň a lýtka.

**Boty.** Lze doporučit klasické hladké boty nebo s jemnou perforací se zavazováním na tkaničky. Svršky z kvalitní černé, červeně kaštanové nebo hodně tmavé hnědé kůže. Podrážky raději z pravé kůže než z gumy nebo dokonce z umělých hmot. Zapomeňte na barevné mokasíny s nápadnými kovovými ozdobami.

**Doplňky – klenoty:** pokud jde o klenoty, buďte velmi střídmi. Těžké zlaté prsteny, náramky a „řetězy“ na krk jsou velmi zřetelným průkazem nevkusy zbohatlíků. Jednoduchý prsten případně spona do kravaty jsou plně dostačující.

**Hodinky** jsou zvláštní kapitolou. Škála od vkusu k nevkusy je zde velmi široká. Kromě toho na trénink nebo prezentaci jsou přijatelné jiné hodinky než na sport. Volte jednoduché, klasické, nenápadné značkové hodinky s koženým řetízkem. Vyvarujte se hodinek digitálních, s převahou plastických hmot, vybavené kalkulačkami apod.

Možná, že si budete muset v průběhu prezentace něco poznamenat. Reklamní propisovačka není to nejlepší. Raději používejte klasické **plnicí pero** s kvalitním hrotem.

Vaše **vlasý**. Máte-li hodně dlouhé vlasý, můžete je upravit stažením na temeni hlavy. Máte-li vlasů poskrovnu, nezakryvejte to „přehazovačkou“, ale nechte se ostříhat hodně na krátko.

Vousy se zpravidla nedoporučují pro lidi v diplomacii, finančních službách a v obchodě. Hladce oholen je ta nejlepší alternativa, ale máte-li vousy, stačí je zastříhnout nebo jinak upravit, aby nepůsobily tak, že Vám je všechno jedno.

**Obočí.** Nejen dámy, ale i muži se srostlým obočím by se měli zamyslet nad tvrzením, že srostlé obočí dává obličej poněkud nepořádný výraz.



## Dámy

**Kostým.** Chcete-li působit seriózně a získat přízeň běžného občana, volte při prezentaci střízlivý kostým v syté barvě. To bude tou nejlepší alternativou zvláště pro vystoupení, v médiích a při jiných oficiálních příležitostech. Výběr barev kostýmu je široký: námořnická modř, burgundská, olivová, mahagonová, antracitová – vybírejte podle Vašeho typu a odstínu své pleti.

Není nutné být stále nenápadná. Do svého šatníku můžete zařadit i **červenou**. Je signálem pro Vaše okolí, že máte co říci. Ale musíte si být jistá, že opravdu máte co říci.

**Sexy oblečení** - obecně se dá říci, že je velký rozdíl mezi profesionálně atraktivním vzhledem přijímaným s respektem a tím, kdy ženy vypadá vyloženě sexy a rušivě.

**Tvar saka** by Vám měl umožnit variabilnost různých límců halenek.

**Barvou blůzy** doladíte celkový záměr. Bílá ve Vašem odstínu je autoritativnější, pastelová barva je měkčí a lichotivější. Pro další případy můžete oživit kostým zářivou barvou či barevnější blůzou.

**Dobrou kombinací** mohou být i jednoduché šaty a sako. Šaty jsou pohodlné a máte možnost je obměňovat pomocí různých pásků, šátků, korálů či broží.

Dobře ušité **sako** pomáhá Vaší image nejvíce. Kvalitní látka, vycpávky doplňující ostatní tělesné proporce, délka rukávu k místu, kde se ohýbá zápěstí, při zapnutí knoflíku nikde netáhne, ani se nerozevívá – to jsou parametry saka, které dobře padne..

**Halenka** by měla být použitelná do více Vašich kostýmů. Při nákupu ji vždy zkoušejte se sakem. Materiály volte snadno prací, nikoliv však lepící se na tělo a průhledné. Vyhněte se halenkám bez rukávů. Minimální délka rukávu je po loket.

**Sukně** si vybírejte vždy takové, aby neobepínaly postavu. Na dobře zvolené sukni se nedělají faldy. Délku sice volte podle Vaší postavy, ale vyhněte se maxi a mini sukním.

**Kalhoty** ano v kombinaci se sakem. Nejlepší jsou kalhotové kostýmy. Při nákupu si vyzkoušejte, že Vás neobepínají a že v nich můžete i pohodlně sedět. Elastické kalhoty jsou velmi přitažlivé, máte-li báječnou postavu, ale Vaší image nepodpoří.

Nošení **pásku** k sukni či kalhotám je nezbytností. Opticky odděluje halenku od sukne či kalhot. Noste jej i když sukne či kalhoty nemají poutka.

**Kalhotové sukne a šortky** si schovejte pro chvíle volna.

**Punčochy** nebo punčochové kalhoty jsou vždy naprostou nutností. Barvu punčoch ladte s barvou oblečení.

**Boty** na středně vysokém podpatku neunaví nohu a umožňují jistý pohyb. Boty vybírejte z kvalitních materiálů a ladte barevně s oblečením. Výrazně zdobené boty si ponechte k večernímu oblečení. Rozhodně nenoste bílé boty ani v létě a též se vyhněte botám bez špiček. Sandály si užívejte jen ve volném čase.

**Spodní prádlo** díky novým materiálům může hodně pomoci – pokud Vám podprsenka přesně padne a kalhotky se nezařezávají (řešením mohou být tak zvaná tanga). Spodnička zabrání lepení sukně na tělo. Doplnky ožíví strohost kostýmu.

Pokud máte ráda **šperky**, tak volte kvalitní materiály – stříbro nebo zlato podle Vašeho typu. Vyhněte se levné, byť zajímavé bižuterii.

**Náušnice** jsou pro ženu tím, čím je pro muže kravata. Barvu a tvar si vybírejte podle svého typu a ladění celého oblečení. **Brože** a špendlíky odrážejí Vaší osobnost. Volte originální a kvalitní. Nikdy nenoste najednou brož a náušnice ze stejné soupravy! Ukazuje to na neschopnost skloubit své doplňky sama.

**Hodinky** noste vždy, jsou znakem vědomí si ceny času. Velikost vybírejte odpovídající síle Vašeho zápěstí.

**Příruční kufříky, aktovky a kabelky** – kupujte jen z kvalitního materiálu. Barevný výběr není velký: černá a zrzavě hnědá, případně modrá, mate-li více oblečení laděného do modra.

**Úprava.** Ke kvalitnímu oblečení přidejte i kvalitní střih vlasů. Nechte si poradit odborníkem, jaký typ účesu a případně barva vlasů Vám sluší.

**Make-up.** Pokud nejste typ ženy, která se umí dobře líčit, používejte alespoň pudr a jemnou rtěnku.

Nezapomínejte na kouzelnou moc **úsměvu**.

# Kamera je kamarád

## Hlavní zásady

Nic čistě černé, nic čistě bílé! Pozor na pruhy a pepito, kamery je nemají rády! Výrazné vzory mohou působit rušivě. Oblečte se úměrně situaci, do barev a typu oděvu, který je vám blízký a ve kterém se cítíte uvolněně. Nesnažte se za každou cenu vypadat jinak, než běžně. Pokud za vámi přijdou do vašeho prostředí, můžete být klidně v tom, v čem běžně pracujete. Kostým charakterizuje a prodává – vyjadřuje postoj, zařazení člověka do komunity, sám o sobě podává poselství.

## Ve studiu

Pokud jste pozváni do studia, uvažte, kdo další tam bude. Oblek s kravatou působí dobře a seriózně, jenom nesmějí být vašimi partnery trampové v umaštěných džínách. Horší je to ovšem naopak.

Pokud sedíte, je lepší, když je stůl zakrytý zepředu. Pokud není, je lépe se vyvarovat snímání např. odhalených lýtek nad příliš krátkými ponožkami, nebo trapné pozici překřížených nohou v příliš krátké sukni. A v každém případě čisté boty! Nikdy sandály. Náramky zvoní a někdy i překázejí. Náušnice mohou působit rušivě, zejména, pokud jsou příliš velké. Malé a vkusné nevadí. Velká, nebo příliš třpytivá bižuterie také může rušit. Dámy, pozor na výstřihy! Více než v běžném životě působí vyzývavě. Výborně působí šátky a šály.

Ruce. Upravené, nejlépe s francouzskou manikúrou. V žádném případě ne špína za nehty! To platí i pro pány!

## Líčení

Pozor na reflektory ve studiu, hodně hřejí, budeme se potit a tedy i lesknout. Přepudrování je nutné. Pokud máme možnost, přijmeme (ženy) nalíčení profesionální maskérkou. Pozor na brýle – je lepší se zeptat kameramana, zda nevrhají reflexy do kamer. Ale profesionál si to ohlíká a upozorní Vás na to.

## Jak na trému

Trému má téměř každý. Někdo více a někdo méně. I když nejste zrovna pozvaní před mikrofon či kameru, můžete cvičit. Učte se dýchat, zhluboka a klidně. Pokud míváte pocit sucha v ústech, vsuňte špičku jazyka pod kořen jazyka, podráždíte tím slinné žlázy.

## Monitor

Je to výborná věc, vidíme zpětnou vazbu, ale může působit rušivě. Máme vždy tendenci dívat se na jeho obrazovku a ne tam, kam máme.